

Klaus-Peter Heß

Sammelrezension: Bücher und Büchermacher

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.3.6058>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Heß, Klaus-Peter: Sammelrezension: Bücher und Büchermacher. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.3.6058>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

BÜCHER UND BÜCHERMACHER

Eine Sammelrezension

Erhardt Heinold: Bücher und Büchermacher. Was man von Verlagen und Verlegern wissen sollte. Unter Mitarbeit von Gernot Keuchen und Uwe Schultz, 2. überarb. Aufl.- Heidelberg: Verlag R.v. Decker & C.F. Müller 1989, 329 S., DM 22,-

Erhardt Heinold: Bücher und Büchermacher. Was man vom Einzelhandel mit Büchern wissen sollte. Unter Mitarbeit von Gernot Keuchen und Uwe Schultz.- Heidelberg: Verlag R.v. Decker & C.F. Müller 1989, 333 S., DM 24,-

"Ich erlernte weder Theorie noch Praxis", beklagte sich der Wiener Schriftsteller und "Revolteur" Peter Altenberg über seine Lehre in einer Stuttgarter Buchhandlung: "Es war langweilig und geisttötend, obzwar man wenigstens mit 'geistigen Werten' handelte." Das war Anno 1879 - vor genau 110 Jahren...

Das Buch als "körpergewordener Geist", der Buchhandel als Zentrum für Kultur: Nicht erst seit der Medienvielfalt, seit Bilderflut und Druckwerk-Schwemme, scheint der Mythos vom Buch als Multiplikator großer Ideen und das Denkmal vom Buchhändler als deren feinsinniger Distributor zur Disposition zu stehen. Auch wenn unverständlicher Weise der Autor des zweibändigen Werkes über Bücher und Büchermacher in zahlreichen antiquiert klingenden Formulierungen den Branchenmitarbeiter auf das verstaubte Podest des Tugendwächters über Kultur

und Geist erheben möchte. "Wer im Buchhandel und in der Literaturvermittlung tätig ist, kann von den Inhalten der von ihm vermittelten Waren nicht absehen und muß deshalb die 'Buchkultur selbst vorleben'." Bleibt dann nur zu hoffen, daß auch jeder von ihnen Umgang mit der richtigen Lektüre pflegt.

Heinolds einleitende Worte und manche seiner Zwischenbemerkungen idealisieren und überhöhen eine Branche, die seit Jahren in einer Strukturkrise und - was noch schwerer wiegt - in einer Identitätskrise steckt. Ein Witz ist dafür symptomatisch. Kundin: 'Sind Sie hier Verkäuferin?' Die Angesprochene: 'Nein, ich bin Buchhändlerin.' Kundin: 'Verkaufen Sie denn auch?' - Bereits vor zehn Jahren stellte Herbert Grundmann im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel nüchtern fest: "die Krise ist nur zu überwinden, wenn ein einfaches Aktionsschema gefunden werden kann. Und dieses Aktionsschema ist das kaufmännische Grundrezept aller Zeiten: Erträge steigern, Kosten senken, modernes Management." Daran knüpft Joachim Zentes im Branchenblatt "BuchMarkt" vom August 1988 an: "Was die Branche insgesamt braucht, um den Problemen der jüngsten Zeit entgegenzuwirken, ist Professionalisierung. Bezogen auf den Marketing-Bereich ist es einfach keine professionelle Branche; da fehlen die Experten. Die Inkompetenz auf dem Marketing-Sektor aber ist das Kernproblem." So simpel die Analyse, so klar die marktgerechte Umsetzung. Die Konzentration bei Verlagen und Einzelhandel scheint die erste rigide Konsequenz. So vereinigen nur 8 % - das sind 135 aller steuerpflichtigen Verlage - allein 73 % des Umsatzes auf sich. Und nur 8 % der steuerpflichtigen Buchhandlungen teilen den Inkasso-Kuchen von 57 % unter sich auf. Die Zahlen von 1984 aus Heinolds reichhaltig versammelten Statistiken werden all den 1000 Verlegern zu denken geben, die sich mit nur 4,6 % des Gesamtumsatzes zufriedengeben müssen. Da hilft ihnen ihre "Sonderstellung als Träger geistiger Werte und Handelsgüter" oder das "Büchermachen als Berufung" so wenig wie die Feststellung Heinolds, daß "Bücher keine Ware wie andere Waren" sind. Eine Tatsache, die - schaut man sich in der Branche um - ohnehin nur noch auf die Preisbindung zutrifft.

Wird sich der 'Bücherwurm' auch so schnell wie möglich vom Buch als heiliger Kuh trennen müssen, an den beiden Publikationen Heinolds kommt er so leicht nicht vorbei. Heinold, Jahrgang 1930, ist seit 1949 in der Buchbranche tätig, seit 1968 als 'Personal- und Strategieberater' für verschiedene Verlage. Seine fundierten Sachkenntnisse legt er in klar strukturierten, den gesamten Bereich des Verlagswesens und Buchhandels umfassenden Informationen vor. Alles, was auch nur im engeren und im weitesten Sinne mit Büchern zu tun hat, findet hier in zehn Kapiteln Berücksichtigung. Auf klar gestellte Fragen z.B.: Was ist ein Verlag? Wie arbeitet er? Was ist eine Buchhandlung? Welche Tätigkeitsbereiche gibt es in der Branche? gibt er allgemeinverständliche Antworten. Die Abschnitte sind enzyklopädisch gegliedert. Grafiken, Tabellen und Statistiken ergänzen überall dort die knapp gehaltenen Analysen, Aufgaben- und Tätigkeitsbeschreibungen, wo eine detailliertere Wiedergabe der Rollenbeschreibung des Buches in der Medienlandschaft den gesteckten Rahmen sprengen würde. Wer tiefer in einzelne Probleme einsteigen möchte, dem werden die an die Kapitel angehängten Literaturverzeichnisse beste Dienste erweisen.

Stichwortartikel und Randnotizen erleichtern das schnelle Auffinden von Teilaspekten beim Durchblättern. Ein ausführlicher Index zu jedem Band ist dann schon selbstverständlich.

Stehen Sachlichkeit und nüchterne Beschreibung selbst bei Problemen wie Ladendiebstahl und Raubdrucke an oberster Stelle, sind selbst marktwirtschaftliche Probleme bei Verlagen und Einzelhandel bei der Vermittlung keine Stolpersteine für den Branchenpraktiker oder für den nur an Büchern und Büchermachern interessierten Leser, wird sich der Rezipient immer dann verwundert die Augen reiben, wenn Heinold von klaren Definitionen abweicht. Das Verhältnis Autor/Verleger/Leser beschreibt Heinold wie folgt: "Die Aufgabe des Verlegers ist es, dem Lesepublikum den Zugang zu dem zu eröffnen, was der Autor in der Einsamkeit seiner Studier- und Arbeitsstube erdacht und niedergelegt hat." Da ist es dann wieder, das Bild des armen Poeten unterm Regenschirm in seiner undichten Dachkammer. Aber gerade das Bild wird in der ansonsten nüchternen Beschreibung des Buchmarktes, seien es die logistischen Probleme des Handels oder die modernen Techniken bei der Produktion, die historischen Entwicklungslinien des Gewerbes oder die Erläuterungen zu den Betriebswegen, durch den Autor ständig selbst revidiert. Das macht die beiden Bücher zur Zeit konkurrenzlos, und wären sie damals dem Altenberg in die Hände gekommen, vielleicht hätte er seine Lehre nicht abbrechen wollen.

Klaus-Peter Heß